

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang memberikan produk berupa jasa. Kegiatan dan usaha bank selalu berkaitan dengan memindahkan, menerima, dan membayarkan kembali uang dalam surat berharga dan lain-lain.¹ Bank syariah didirikan dengan dilatarbelakangi oleh keinginan umat Islam untuk menghindari riba dalam kegiatan muamalahnya, memperoleh kesejahteraan lahir batin melalui kegiatan muamalah yang sesuai dengan perintah agama, sebagai alternatif lain untuk menikmati jasa perbankan yang beroperasi berlandaskan kepada hukum-hukum Islam.² Indonesia yang mayoritas beragama Islam telah membutuhkan akan adanya bank yang bisa memberikan kemudahan kepada semua umat Islam dan penduduk Indonesia yang kegiatan perbankannya tanpa riba.

Tingkat pemahaman masyarakat Indonesia dalam bidang pembiayaan syariah masih cukup rendah, terutama bagi masyarakat menengah kebawah, jika dilihat lebih jauh pembiayaan syariah yang ada di Indonesia sudah cukup banyak memberikan peluang bagi masyarakat untuk melakukan transaksi dan peminjaman modal pada bank syariah. Dengan masih rendahnya pemahaman masyarakat tentang perbankan syariah maka perbankan harus terus berkembang dan memperbaiki kinerjanya. Dengan pesatnya pertumbuhan

¹ Muhammad, *Manajemen Bank Syariah, edisi revisi*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2011), 14.

² Edi Wibowo dan Untung Hendy, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2005),10.

yang ditandai dengan banyaknya bank-bank konvensional yang akhirnya mendirikan unit syariah, ini menyatakan bahwa bank syariah mempunyai kompetensi yang tinggi.

Perbankan syariah tidak mengenal istilah bunga karena sangat berpegang teguh pada ajaran Islam dan yang paling penting yaitu mewujudkan keadilan pada seluruh nasabah. Eksistensi perbankan syariah menunjukkan bahwa bank syariah sudah diterima di kalangan masyarakat dengan mengandalkan salah satu kelebihanannya yaitu bonus, maka dari itu keberadaan bank syariah sangat penting bagi masyarakat.³

Sebagai salah satu perusahaan yang tidak bergerak dibidang jasa, bank juga mengikuti beberapa konsep produk yang diberikan. Menurut Philip Kotler menyatakan bahwa konsumen atau nasabah akan lebih menyukai produk yang memberikan kualitas dan prestasi yang paling baik. Manajer pada organisasi ini akan lebih memfokuskan energi pada pembuatan produk yang baik secara terus menerus.⁴

Salah satu cara untuk mengatasi hal tersebut adalah dengan pengembangan produk yaitu dengan memperbaiki produk yang ada atau membuat produk baru yang masih belum ada sebelumnya. Bank syariah harus mampu meningkatkan dan memberikan inovasi produk yang baru sebagai usaha manajemen dalam menghadapi perubahan selera, teknologi, dan persaingan yang terus menerus meningkat sehingga bisa memenuhi kebutuhan

³ Veithzal Rivai dan Arviyan Arifin, *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep dan Aplikasi* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2010), 318.

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Fakultas Ekonomi, 1993),18.

pasar melalui perbankan syariah dan tidak ketinggalan dengan produk bank konvensional.⁵

Dampak globalisasi keuangan dan pasar bebas yang sangat cepat dapat berdampak pada pelaku industri dan bisnis keuangan Islam untuk tetap menjaga aspek kepatuhan syariah sebagai alat pencegahan terjadinya resiko yang sangat besar di sektor riil. Begitu juga tantangan terhadap inovasi produk bank syariah harus menciptakan produk yang benar-benar harus memperhatikan manfaat, dinamika masyarakat dan kondisi perekonomian global pada saat ini. Dalam hal ini untuk membuktikan bahwa nilai-nilai Islam mampu dan eksis dalam persaingan bisnis, serta perdagangan di era globalisasi modern.

Perbankan syariah dihadapkan pada masalah jangkauan perbankan syariah yang masih terbatas, yaitu 55% kabupaten atau kota di Indonesia dan permasalahan tentang inovasi produk. Inovasi produk bank syariah belum bisa memenuhi kebutuhan pasar dan berdaya saing tinggi. Di sisi lain permasalahan inovasi produk perbankan syariah belum mampu memanfaatkan teknologi informasi dan telekomunikasi. Oleh karena itu perbankan syariah harus bisa memilih strategi yang tepat untuk memperluas jangkauan baik pasar domestik maupun luar negeri. Selain itu perbankan syariah untuk menerapkan

⁵ Anjarini Mandasari, "*Pola Pengembangan Produk Bank Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Manajerial*" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta, 2010), 6.

inovasi pada penghimpunan dana yang berbiaya murah dengan tingkat likuiditas yang rendah.⁶

Melihat kondisi yang terjadi pada saat ini, bank syariah harus memberikan pelayanan yang baik guna memuaskan nasabah, salah satunya dengan cara melakukan usaha yang professional. Selain itu lembaga keuangan harus aktif, tidak hanya berdiam diri menunggu datangnya nasabah. Akan tetapi juga diperlukan beberapa faktor penunjang di antaranya tenaga kerja yang professional, sistem organisasi yang berjalan dengan baik, serta sistem pemasaran yang kompetitif dan afektif guna memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.⁷

Guna kepentingan inovasi produk perbankan, bank syariah telah melakukan sebuah inovasi, salah satunya dengan melakukan rekayasa terhadap akad-akad Dalam fiqih muamalah. Beberapa akad dalam fiqih muamalah tidak semua dilakukan oleh perbankan syariah, namun juga disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat terhadap jasa perbankan.⁸ Inovasi dalam rangka pengembangan produk dan jasa perbankan yang baru dinilai penting karena masih banyak bentuk-bentuk layanan jasa keuangan yang perlu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan dunia usaha dan masyarakat secara umum yang terus berkembang. Dalam rangka memastikan produk dan jasa baru yang akan dikeluarkan, bank syariah dan unit usaha syariah wajib

⁶Hani Werdi Apriyanti, "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia", *Jurnal EkonomiIslam* 9, no. 1 (September 2018): 85.

⁷ Kolom Bisnis Syariah Dan Global, Pasar Bank Syariah Bias, 2009, dikutip republika pada jum'at 27 maret, hal. 20, di akses pada 28 november 2010, <http://republika>.

⁸M. Hafidz, "Keterlekatan Social Inovasi Produk Bank Syariah Di Indonesia", *Jurnal Hukum Islam* 13, no. 2 (Desember 2015): 1.

menyampaikan rencana pengeluaran produk dan jasa baru tersebut kepada bank Indonesia melalui salah satu dari dua mekanisme yaitu laporan rencana pengeluaran produk baru atau mengajukan permohonan persetujuan produk baru.

Mekanisme pertama yaitu pelaporan produk diberlakukan untuk produk baru bank yang telah ditetapkan dalam buku kodifikasi produk perbankan syariah. Bank tidak perlu meminta izin tetapi wajib melaporkan rencana pengeluaran produk tersebut kepada bank Indonesia untuk mendapatkan penegasan paling lambat 15 hari sebelum produk baru dikeluarkan. Untuk produk baru yang belum ditetapkan dalam buku kodifikasi produk perbankan syariah, diberlakukan mekanisme kedua.⁹

Dalam industri perbankan syariah, inovasi dalam berbisnis itu sudah menjadi tuntutan dalam berbisnis. Namun yang menjadi bagian penting dalam sistem ekonomi syariah yaitu harus tetap memperhatikan nilai-nilai syariah baik dalam industri perbankan maupun yang lainnya. Selain itu pelaku bisnis juga mempunyai kewajiban untuk tetap menjaga kesyariahnya.

Melihat kondisi yang seperti itu, inovasi produk perbankan syariah harus memperhatikan inovasi dalam dua dimensi, yaitu dimensi sosial dan ekonomi. Dimensi sosial yang dimaksud disini yaitu bank syariah menjadi produsen jasa keuangan syariah yang bertanggung jawab untuk melakukan education terhadap perilaku masyarakat. Bank syariah dengan masyarakat sangat ketergantungan. Dalam hal ini bank syariah harus mampu

⁹ Fahrur Ulum, "Inovasi Produk Perbankan Syariah di Indonesia", *jurnal Al-Qanun* 17, no. 1 (Juni 2014): 37.

mensyariatkan perilaku masyarakat yang sebelumnya tidak syariah. Sedangkan dimensi ekonomi yang dimaksud diatas yaitu produk yang dihasilkan harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat sehingga masyarakat bisa tertarik dengan bank syariah.¹⁰

Pada tahun 2015, Setelah diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) persaingan dalam industri keuangan yang berbasis syariah semakin tinggi. Perbankan syariah diharuskan memiliki keunggulan yang tidak sama dengan industri keuangan bank konvensional. Di dalam era financial digital, industri perbankan syariah harus tumbuh menjadi industri perbankan yang kuat, baik di dalam negeri maupun di luar negeri. Industri perbankan syariah untuk menyediakan berbagai pilihan dan memperluas jangkauan pada masyarakat dengan menyediakan berbagai inovasi produk bank syariah.¹¹

Dalam strategi pengembangan produk-produk bank syariah dapat dilakukan dengan cara memilih pendekatan secara bertahap dan berhubungan dengan syariah dan tidak mengadopsi akad-akad yang kontroversional. Pendekatan tersebut harus dilakukan dengan berhati-hati agar supaya terjamin kemurnian syariahnya dan dapat diterima masyarakat luas. Pengembangan pasar bank syariah mempunyai hubungan yang kuat dengan inovasi produk. Artinya, ketika bank syariah dalam membuat produk semakin inovatif maka akan berdampak pada pengembangan pasar bank syariah. Jadi, lemahnya

¹⁰ M. Hafidz, "Keterlekatan Social Inovasi Produk Bank Syariah Di Indonesia", *Jurnal Hukum Islam* 13, no. 2 (Desember 2015): 2.

¹¹ Hani Werdi Apriyanti, "Model Inovasi Produk Perbankan Syariah Di Indonesia", *Jurnal Ekonomi Islam* 9, no. 1 (September 2018): 84.

inovasi produk bank syariah dapat berimbas pada lambatnya pengembangan pasar. Inovasi produk bank syariah sangat diperlukan agar lebih bisa optimal dalam memanfaatkan fenomena global.¹²

Kemajuan sistem perekonomian pada saat ini mengakibatkan tingkat persaingan yang tinggi sehingga perusahaan harus melakukan sebuah cara agar dapat menarik simpati pelanggan dan pelanggan tersebut merasakan kepuasan. Karena nasabah telah memilih beberapa produk yang dapat memberikan keuntungan yang banyak dan mendapatkan pelayanan yang baik dari pihak bank.

Sebagai perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Bahkan perusahaan sudah menganggap nasabah sebagai raja dan sebagai bos yang harus segera dipenuhi kebutuhannya dan melayani secara cepat dan akurat. Nasabah harus dibuat nyaman mungkin dan mendapatkan pelayanan yang ramah dari para karyawan perusahaan. Untuk menghadapi beberapa pesaing antara sesama perbankan, perusahaan telah mengembangkan beberapa konsep pelayanan nasabah yang bertujuan untuk mempertahankan nasabah.

Upaya untuk mempertahankan dan meningkatkan nasabah, bank harus menjaga citra positif dalam pandangan masyarakat. Citra positif ini dapat dilakukan melalui kualitas pelayanan, kualitas produk, dan lain-lain. Untuk itu bank perlu menyediakan *customer service* yang mampu memenuhi kebutuhan dan menangani keinginan nasabahnya. Selain itu perusahaan juga harus

¹²Muhammad, *Bank Syariah Problem dan Prospek Perkembangan di Indonesia*.(Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005).

menyediakan pelayanan prima yakni suatu cara untuk melayani pelanggan dengan hasil yang memuaskan, kepuasan nasabah akan lebih mudah dipenuhi apabila pihak bank lebih mengenal karakter nasabah.¹³

Perkembangan bank yang terus menerus meningkat mengakibatkan persaingan antar bank semakin ketat. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya lembaga keuangan bank dan lembaga keuangan non bank yang berpacu pada prinsip-prinsip syariah. Diantaranya yaitu Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS), yaitu bank yang berprinsip syariah yang kegiatannya tidak memberikan jasa.¹⁴

Dalam pendapat lain BPRS adalah lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya berbentuk tabungan, deposito berjangka atau dalam bentuk lainnya yang disamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Berdirinya BPRS secara umum didasari dengan bermuamalah secara Islam yang mana itu sebuah keinginan dari sebagian umat Islam di Indonesia. Sedangkan secara khusus untuk mengisi peluang yang membebaskan bank dalam menetapkan tingkat suku bunga atau bisa disebut bank tanpa bunga.

Cara untuk dapat mendorong BPRS yang bergerak dalam dunia perbankan, perlu sebuah usaha untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk bank dan pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang baik dapat menarik nasabah sehingga minat nasabah terhadap perbankan syariah meningkat. Bank yang kualitas pelayanannya baik dan dapat memberikan

¹³ Bayu Dwi, "*Pengaruh Customer In Service Delivery Terhadap Peningkatan Jumlah Nasabah*" (Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makasar, 2011), 16.

¹⁴ Bank Indonesia, "*Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah*", dalam <http://www.bi.go.id> <http://www.bi.go.id> diakses pada (04 Juli 2013).

kepuasan pada nasabah itu dapat meningkatkan jumlah nasabah pada lembaga perbankan tersebut. Dengan pesaing yang sangat banyak maka bank syariah harus mempunyai strategi usaha dengan cara membuat inovasi produk yang baik dan sistem pemasaran yang berbasis Islam.

Dengan demikian, bank syariah harus mau mengembangkan inovasi produk perbankan yang akan mampu menahan meskipun banyak pesaing di lembaga keuangan, serta yang akan mampu mempertahankan nasabahnya, dan juga mewujudkan apa saja yang menjadi harapan-harapan nasabah. Karena kepuasan nasabah akan tercapai apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian perusahaan mempunyai peluang untuk berkembang lebih baik lagi di banding dengan perusahaan lain yang hanya mengutamakan perolehan keuntungan tanpa menjaga kualitas produk yang dihasilkan.¹⁵

Melihat isu-isu dilapangan, BPRS harus terus memperbaiki kinerja, memberikan inovasi baru, menyediakan SDM yang mumpuni, dan pelayanan yang baik terhadap nasabah sehingga nasabah merasakan nyaman apabila bertransaksi dengan bank syariah, sehingga nasabah akan menjadikan bank syariah sebagai pilihan utama jasa perbankan bukan hanya sebagai alternatif.

BPRS Daya Artha Mentari adalah salah satu bank syariah yang pertama kali didirikan di daerah kabupaten Pasuruan tepatnya di JL. RA Kartini Bangil Pasuruan. BPRS Daya Artha Mentari didirikan untuk

¹⁵ Ferlangga Dan Khalifah, Pengembangan Inovasi Produk Keuangan Dan Perbankan Syariah Dalam Mempertahankan Dan Meningkatkan Kepuasan Nasabah, *jurnal edunomika* 1, no. 2 (Agustus 2017): 101.

mengembangkan sistem perbankan yang sesuai dengan syariat islam agar dapat menopang perkembangan perekonomian ekonomi umat secara menyeluruh. Dengan berjalannya waktu banyak bank-bank syariah lain yang didirikan untuk mengembangkan sistem perbankan yang sesuai dengan syariat islam juga. Dengan demikian, BPRS Daya Artha Mentari mempunyai banyak pesaing dalam proses pengembangan perbankan syariah. Salah satu cara untuk pengembangan perbankan adalah dengan melakukan inovasi produk. BPRS Daya Artha Mentari harus mampu mengembangkan perbankan dengan melakukan inovasi produk karena melihat dengan banyaknya pesaing dan juga kebutuhan masyarakat yang terus menerus berubah.

BPRS Daya Artha Mentari dipilih karena BPRS Daya Artha Mentari adalah bank syariah yang pertama kali didirikan dipasuran yang jelas melakukan usaha-usaha atau strategi yang dilakukan untuk mengembangkan dan mempertahankan perbankan. Dari alasan inilah penulis ingin mengetahui strategi inovasi produk apa saja yang dilakukan BPRS Daya Artha Mentari dalam meningkatkan jumlah nasabah.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan).”**

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana literasi inovasi produk perbankan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah?
2. Bagaimana strategi inovasi produk perbankan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tentang literasi inovasi produk perbankan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah.
2. Mengetahui tentang strategi inovasi produk perbankan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran yang berguna dan manfaat dibidang perbankan mengenai inovasi produk perbankan syariah untuk meningkatkan jumlah nasabah.

2. Secara praktis

- a. Bagi penulis, menjadi sarana yang sangat berguna untuk menambah wawasan serta pengetahuan tentang inovasi produk perbankan syariah dan pengetahuan tentang peningkatan jumlah nasabah.

- b. Bagi BPRS, dapat dijadikan masukan dan bahan pertimbangan untuk membuat inovasi produk perbankan dalam meningkatkan jumlah nasabah.
- c. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat menginformasikan tentang produk-produk yang ada pada perbankan syariah khususnya di PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan.

E. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menghindari kesalahan pemahaman dan perbedaan penafsiran yang berkaitan dengan istilah-istilah dalam judul skripsi. Sesuai dengan judul skripsi yaitu “*Strategi Inovasi Produk Perbankan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah (Studi Kasus Pada PT. BPRS Daya Artha Mentari Bangil Pasuruan)*”, maka definisi operasional yang perlu dijelaskan yaitu:

1. Strategi

Strategi adalah rencana yang berskala besar dan berorientasi ke masa depan untuk berinteraksi dengan lingkungan guna mencapai sasaran-sasaran yang ingin dicapai perusahaan.

2. Inovasi Produk

Inovasi produk adalah inovasi yang digunakan didalam seluruh operasi perusahaan yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya dapat menciptakan pelanggan dengan melalui pengembangan dan perubahan-perubahan.

3. Perbankan Syariah

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

4. Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank, sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan.